

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GIANT SUN CITY SIDOARJO

S K R I P S I

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

RYAN SANDY VIERMANNA
0712010070 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2012

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI GIANT SUN CITY
SIDOARJO

S K R I P S I



Oleh :

RYAN SANDY VIERMANNNA
0712010070 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

S K R I P S I

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GIANT SUN CITY SIDOARJO

Yang Diajukan :

RYAN SANDY VIERMANNA
0712010070 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 5 Oktober 2012

Pembimbing

Tim Penguji :

Ketua

Sugeng Purwanto, SE, MM

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM

Sekretaris

Sugeng Purwanto, SE, MM

Anggota

Drs. Ec. Bowo Santoso, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP. 196309241989031001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS DI GIANT SUN CITY SIDOARJO” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Sugeng Purwanto, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Illahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pemasaran	12
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2.1.3. Konsep Pemasaran	14
2.2.1.4. Tujuan Pemasaran	15

2.2.2. Loyalitas Pelanggan	16
2.2.2.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	16
2.2.2.2. Indikator Loyalitas Pelanggan	16
2.2.3. Kepuasan Pelanggan	17
2.2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	17
2.2.3.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan	19
2.2.4. Kualitas Layanan	20
2.2.4.1. Dimensi Kualitas Layanan	22
2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.2.6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.3. Kerangka Konseptual	26
2.4. Hipotesis	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1. Definisi Operasional	28
3.1.2. Pengukuran Variabel	30
3.2. Teknik Penentuan Sampel	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1. Jenis Data	32
3.3.2. Sumber Data	32
3.3.3. Pengumpulan Data	33
3.4. Teknik Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	40
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.1.2. Deskripsi Kualitas Layanan (X)	42
4.1.2.1. Berwujud / Tangible (X ₁).....	42
4.1.2.2. Keandalan / Realibility (X ₂)	43
4.1.2.3. Daya Tanggap / Responsiveness (X ₃)	44
4.1.2.4. Jaminan / Assurance (X ₄).....	45
4.1.2.5. Empati / Empathy (X ₅).....	46
4.1.3. Kepuasan Pelanggan (Y).....	47
4.1.4. Loyalitas Pelanggan (Z).....	49
4.2. Analisis Data	50
4.2.1. Evaluasi Outlier	50
4.2.2. Model Pengukuran SEM	52
4.2.3. Uji Reliabilitas.....	55
4.2.4. Model Struktural SEM	56
4.2.5. Uji Kausalitas	57
4.3. Pembahasan	58
4.3.1. Pengujian Hipotesis Hubungan Kualitas Layanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
4.3.2. Pengujian Hipotesis Hubungan Kepuasan Pelanggan (Y) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) ..	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	62
----------------------	----

5.2. Saran	62
------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Penjualan Di Giant Sun City Sidoarjo Periode Jan – Des 2011	4
Tabel 1.2.	Penjualan Di Giant Sun City Sidoarjo Periode Tahun 2010 - 2011	5
Tabel 1.3.	Jumlah Komplain Pelanggan Di Giant Sun City Sidoarjo Periode Jan – Des 2011	6
Tabel 1.4.	Jumlah Komplain Pelanggan Di Giant Sun City Sidoarjo Periode Tahun 2010 – 2011	6
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Belanja	42
Tabel 4.4.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Tangible (X_1)	43
Tabel 4.5.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Realibility (X_2)	44
Tabel 4.6.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Responsiveness (X_3)	45
Tabel 4.7.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Assurance (X_4)	46
Tabel 4.8.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Empathy (X_5)	47
Tabel 4.9.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y)	48
Tabel 4.10.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Z).....	49
Tabel 4.11.	Residuals Statistics	51
Tabel 4.12.	Outer Loading	53

Tabel 4.13. Results For Outer Weights [CSV-Version].....	54
Tabel 4.14. Average Variance Extracted (AVE) [CSV-Version]	55
Tabel 4.15. Composite Reliability	56
Tabel 4.16. R-Square [CSV-Version].....	56
Tabel 4.12. Uji Kausalitas Antar Faktor	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1. Model Pengukuran (Base Model), Hubungan Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y), dan Loyalitas Pelanggan (Z)	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y), Dan Loyalitas Pelanggan (Z)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GIANT SUN CITY SIDOARJO

Oleh :

Ryan Sandy Viermannna

Abstraksi

Berdasarkan data hasil penjualan di Giant Sun City Sidoarjo bahwa selama 4 tahun terakhir mulai 2008 – 2011 telah terjadi penurunan penjualan, dan telah terjadi kenaikan jumlah komplain pelanggan. Fenomena penurunan penjualan dan meningkatnya komplain pelanggan ini didukung dengan adanya data penjualan di Giant Sun City Sidoarjo periode Jan - Des 2011 yang cenderung mengalami penurunan, dan data komplain periode Jan - Des 2011 yang cenderung mengalami kenaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo.

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada secara langsung pada pelanggan yang sedang berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo. Skala pengukuran yang digunakan adalah likert dengan teknik pengukuran dengan jenjang 1-5. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Pengambilan sampel didasari asumsi SEM bahwa besarnya sampel yaitu 5-10 kali parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini ada 21 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi yaitu antara 105-210. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM untuk melihat pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo, serta Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perdagangan eceran pada pasar modern di Indonesia mengalami pertumbuhan dan persaingan pesat dengan masuknya perubahan besar seperti Alfa, Makro, Carrefour, dan Hypermarket – Hypermarket lainnya. Saat ini terdapat sekitar 62 perusahaan ritel dengan sekitar 2000 gerai di seluruh Indonesia (www.republika.co.id). Adanya berbagai macam bentuk toko modern ini mengakibatkan beragam harapan pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan di toko – toko ini. Keberagaman harapan para pelanggan secara literatur dapat diterangkan dengan sembilan faktor yaitu harga, kelangkaan produk, keunikan, kenyamanan, dapat dipercaya, kualitas pelayanan, nilai uang, informasi yang dapat dipercaya, dan tempat yang tepat untuk berbelanja (Omar, 1999)

Ekspektasi atau harapan pelanggan terhadap pedagang eceran ternyata dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Omar, 1999). Jika kepuasan pelanggan terwujud maka loyalitas pada toko juga terwujud. Selain itu ditekankan bahwa loyalitas adalah faktor penting dalam kesuksesan perdagangan eceran dan kemampuan toko untuk bertahan. Selain itu pada era pasar modern ini, loyalitas terhadap sebuah toko dapat ditentukan langsung oleh ekspektasi pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan, pemasaran eceran atau juga loyalitas serta kepuasan yang ditujukan kepada pelanggan (Omar, 1999, Chang dan Tu, 2005)

Dengan demikian berkembangnya usaha perdagangan eceran dalam skala kecil dan menengah, usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan. Untuk membina pengembangan industri dan perdagangan dalam negeri serta kelancaran distribusi barang, perlu memberikan pedoman bagi penyelenggaraan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, serta norma – norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antara pemasok barang dengan toko modern serta pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta tertib persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan pelanggan.

Maka dalam hal ini yang dimaksud dengan toko modern yaitu toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hipermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Maka dalam rangka menciptakan pasar modern diperlukan hubungan kerjasama yang berkeadilan, serta saling menguntungkan dan tanpa tekanan antara pemasok dengan toko modern.

Munculnya berbagai perusahaan pengecer besar di Indonesia dalam berbagai bentuk toko modern berlaku juga di Surabaya. Hal ini mendorong perusahaan pengecer besar untuk tetap melakukan penelitian terhadap perilaku para pelanggannya. Hal ini diperlukan untuk dapat memberi masukan kepada pihak manajemen dalam menyusun strategi bersaingnya dalam kondisi makin ketatnya persaingan.

Salah satu perusahaan pengecer besar di Sidoarjo dan sekaligus menjadi pusat pembelanjaan yang menarik pelanggan khususnya masyarakat Sidoarjo adalah Giant Sun City Sidoarjo yang terletak di Jl. Pahlawan No. 4 Sidoarjo. Sebagaimana pusat pembelanjaan dan pasar swalayan yang lain, Giant Sun City selalu berusaha agar tetap diminati oleh pelanggan untuk melakukan repeat order ditempatnya.

Giant Sun City Sidoarjo merupakan pasar swalayan yang melakukan bisnis eceran dengan berhubungan langsung dengan pelanggan akhir bertujuan untuk memenuhi kebutuhan total pelanggan, yaitu tempat belanja terpadu yang menjual barang-barang dari barang kebutuhan sehari-hari sampai dengan barang eksklusif serta menjual berbagai jenis barang dengan volume transaksi besar. Barang-barang tersebut beraneka ragam, dari barang kebutuhan dapur, perabot rumah tangga, perabot kamar tidur, perabot kamar mandi, kosmetik, aksesoris lain, pakaian, sepatu, tas dan sampai pada barang elektronik.

Keberadaan Giant Sun City Sidoarjo merupakan tuntutan masyarakat perkotaan Sidoarjo yang cenderung membutuhkan tempat perbelanjaan dengan produk yang berkualitas dengan jenis produk bervariasi. Pelayanan yang baik merupakan ekspektasi dari semua pelanggan yang melakukan belanja di Giant Sun City Sidoarjo.

Tujuan ekspektasi pelanggan terhadap Giant Sun City Sidoarjo yaitu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ada banyak alasan mengapa Giant Sun City Sidoarjo begitu memukau dan menyedot pelanggan untuk berdatangan, yaitu selain tempatnya yang nyaman (sejuk, bersih dan luas), lokasi yang strategis

(berada pada pusat kota), harga yang diberikan pun kompetitif, sangat bersaing dan tidak kalah pentingnya yaitu pilihan produknya ilihan produknya ang juga begitu banyak. Di dalam Giant Sun City Sidoarjo kita bisa mendapatkan mulai dari keperluan dapur hingga furniture, kebutuhan rumah tangga hingga perlengkapan kantor, dan produk fashion ataupun barang – barang elektronik. Waktu operasinya yang panjang hingga pukul 21.⁰⁰, bahkan sesekali menjelang lebaran atau tahun baru, Giant Sun City Sidoarjo buka hingga 24 jam. Anda pelanggan tidak perlu kuatir apabila mencari kebutuhan produk di malam hari. Giant Sun City Sidoarjo yang merupakan tempat berbelanja yang sangat diminati oleh pelanggan di era modern ini, harus memiliki karakteristik tetrentu yang membedakan dengan supermarket lain sehingga pelanggan tertarik untuk mengunjunginya dan melakukan melakukan belanja.

Tabel berikut ini akan disajikan data hasil penjualan di Giant Sun City Sidoarjo dalam 12 bulan terakhir, mulai Jan – Des 2011, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penjualan Di Giant Sun City Sidoarjo
Periode Jan – Des 2011

Periode	Penjualan (Rupiah)
Jan 2011	155.836.700
Feb 2011	116.612.850
Mar 2011	175.928.100
Apr 2011	113.752.300
Mei 2011	132.130.700
Jun 2011	108.154.350
Jul 2011	81.112.450
Agu 2011	195.673.200
Sept 2011	244.591.500
Okt 2011	117.403.920
Nop 2011	135.014.500
Des 2011	175.518.860

Sumber : Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 12 bulan terakhir, mulai Jan – Des 2011 telah terjadi ketidakstabilan pada penjualan di Giant Sun City Sidoarjo. (Sumber: Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011).

Tabel 1.2

Penjualan Di Giant Sun City Sidoarjo
Periode Tahun 2008 - 2011

Periode	Jumlah (Rupiah)	Prosentase (%)
Tahun 2008	2.956.043.403	-
Tahun 2009	2.737.077.225	-0.08
Tahun 2010	2.189.661.780	-0.27
Tahun 2011	1.751.729.430	-0.25

Sumber : Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diketahui bahwa selama 4 tahun terakhir, mulai tahun 2008 - 2011 telah terjadi penurunan penjualan di Giant Sun City Sidoarjo. (Sumber: Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011).

Hal ini diperkuat dengan jumlah komplain pelanggan yang Giant Sun City Sidoarjo yang cenderung mengalami peningkatan. Berikut ini akan disajikan data jumlah komplain pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo 12 bulan terakhir, mulai Jan – Des 2011, adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3

Jumlah Komplain Pelanggan Di Giant Sun City Sidoarjo
Periode Jan – Des 2011

Periode	Jumlah (Orang)	Komplain
Jan 2011	67	- Berhubungan Pelayanan - Berhubungan Pembayaran - Berhubungan Ordering - General (Umum)
Feb 2011	84	
Mar 2011	55	
Apr 2011	53	
Mei 2011	74	
Jun 2011	68	
Jul 2011	41	
Agu 2011	96	
Sep 2011	112	
Okt 2011	78	
Nop 2011	65	
Des 2011	84	

Sumber : Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011

Berdasarkan tabel 1.3, dapat diketahui bahwa selama 12 bulan terakhir, mulai Jan – Des 2011 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo. (Sumber: Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011).

Tabel 1.4

Jumlah Komplain Pelanggan Di Giant Sun City Sidoarjo
Periode Tahun 2008 – 2011

Periode	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
Tahun 2008	395	-
Tahun 2009	534	0.26
Tahun 2010	614	0.13
Tahun 2011	877	0.30

Sumber : Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011

Berdasarkan tabel 1.4, dapat diketahui bahwa selama 4 tahun terakhir, mulai tahun 2008 - 2011 telah terjadi kenaikan jumlah komplain pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo. (Sumber: Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2011).

Terjadinya ketidakstabilan pada penjualan dan kecenderungan kenaikan pada jumlah komplain pelanggan merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Banyak hal yang menjadi penyebab dari hal tersebut, salah satunya adalah pemberian pelayanan kepada pelanggan yang kurang bagus sehingga tidak dapat memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan tabel 1.1, tabel 1.2 dan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa fenomena yang terjadi pada Giant Sun City Sidoarjo adalah berkaitan dengan penurunan hasil penjualan dan meningkatnya jumlah komplain pelanggan di dalam 8 bulan terakhir dan dalam 2 tahun terakhir. Untuk selanjutnya pihak Giant Sun City Sidoarjo diharapkan dapat lebih meningkatkan kualitas layanan sehingga nantinya kepuasan pelanggan semakin terpenuhi dan secara otomatis jumlah komplain pelanggan akan semakin mengalami penurunan, dan dampaknya akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Giant Sun City Sidoarjo.

Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler (2000) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa (ketidakpuasan) seseorang setelah membandingkan kinerja (performance) produk dengan apa yang diharapkan (ekpectation). Menurut Kotler dan Keller (2009) bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Oleh karena itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Giant Sun City Sidoarjo”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo ?
2. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Giant Sun City Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian.

Penelitian yang dilakukan ini akan diperoleh manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengalaman secara praktik di bidang pemasaran khususnya mengenai teoritik tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan

3. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah perbendaharaan perpustakaan serta sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.